

# 融媒体时代电视媒体短视频新闻布局问题的分析

庄学香

(江苏省广播电视总台, 江苏 南京 210008)

**摘要:** 随着各种新型媒体形式的快速发展, 传统媒体逐渐没落, 因此将广播、电视、报纸等传统媒体与新媒体的共通点与优势点相结合, 实现优势互补的融媒体理念逐渐成为媒体行业的发展宗旨。据此, 文章对融媒体时代的短视频基本概念进行简要介绍, 从媒体自身价值角度阐述主流电视媒体布局短视频的重要性, 探讨短视频内容制作的核心思想, 并对新闻短视频制作的重要经验进行总结。

**关键词:** 新型媒体形式; 融媒体; 电视媒体; 短视频布局; 视频制作      **中图分类号:** G2      **文献标识码:** A

**文章编号:** 1671-0134 (2021) 10-090-03      **DOI:** 10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.10.026

**本文著录格式:** 庄学香. 融媒体时代电视媒体短视频新闻布局问题的分析 [J]. 中国传媒科技, 2021 (10): 90-92.

2019年年底, 国家工信部表示, 由华为等公司主导发展的5G技术于2020年开展大面积建设工作, 并在2020年底前实现5G信号的全地级市覆盖。此举不仅意味着网络环境及设备的快速发展, 也照亮了短视频行业发展的未来道路。<sup>[1]</sup>在短视频行业引爆媒体行业的背景下, 对电视媒体等主流媒体的短视频布局工作进行研究具有重要的现实意义。

## 1. 融媒体时代短视频综述

### 1.1 融媒体定义

融媒体是指媒体单位尝试将各类媒介载体整合在一起, 使报纸、电视、广告等传统媒体的优势进行统一, 并融合新媒体的部分共同特点, 在传播方式及制作技术等方面进行系统性地整合, 从而实现内容体系的互融与兼融, 制作技术的兼容与互通的新型媒体形式。

### 1.2 短视频定义

“短视频”是指以新媒体平台为载体存在的短时长视频, 以休闲娱乐为主, 填充人们碎片化时间的一类视频形式。绝大多数情况下视频总时长不会超过一分钟。短视频可用内容非常丰富, 可以根据视频内容对短视频进行具体定义, 比如时尚潮流、技能分享、公益教育、街头采访、社会热点等等。对短视频进行具体分析发现虽然时长短, 但是却具有成为系列性栏目的制作潜力。

### 1.3 短视频受民众喜爱的原因

#### 1.3.1 休闲娱乐、了解新闻信息

短视频是当前信息传播的全新渠道, 这一媒体形式可以简短扼要地传播大量的信息内容, 从而在社会化新闻和资讯领域实行资源的充分拓展。<sup>[2]</sup>另外, 文字型媒体渠道短视频在娱乐信息传播以及满足人们的求知欲等方面具有更显著的优势。

#### 1.3.2 适合“碎片化”阅读

随着社会的快速发展, 现代人们的碎片化时间占比逐渐增加, 碎片化阅读成为了一种主流阅读模式。由于短视频时长被限制在一分钟以内, 因此观看者不会受到

时间与空间的限制, 随时随地都可以进行视频观看, 与观看者碎片化阅读需求相符, 可填补不同时段、不同区域的用户碎片化时间, 并且可以吸引用户注意力, 增强用户黏性。

#### 1.3.3 确保用户需求可以得到满足

短视频可以帮助各类用户完成自身想法, 还可在现有社交活动基础上进行垂直深化。例如, 用户可自行创作短视频内容, 并将其上传到沟通平台、朋友圈、微博等, 真正实现用户的深度参与。另外, 短视频允许各类用户在平台上对各类视频内容进行评论, 这一功能进一步满足了部分注重获取交流信息的用户的观看需求。

### 1.4 短视频传播特点

随着互联网的不断普及, 手机、电脑成为我国民众的必备物品, 这为短视频领域发展提供了动力。通过分析可知, 短视频具备以下传播特点。

#### 1.4.1 播放时间短

通常情况下, 短视频时长都在3~5分钟时间以内, 极少的一些视频播放时长可以达到10分钟。在互联网时代中, 大众只需要拥有一部手机, 在任何时间、任何地点都可以进行短视频观看。在当今社会, 社会大众生活压力比较大, 在闲暇之余, 不想再投入大量的时间与精力进行纸质书籍阅读, 短视频的出现解决了这一问题。即在进行观看短视频时, 不需要全神贯注也可以完成信息获取, 借助图片、字幕就可以了解视频内容。并且由于短视频播放时长较短, 大众可以利用碎片时间进行观看, 符合当今社会“快”的特点。以目前比较流行的“快手”“抖音”等App为例, 在这几个平台中, 绝大多数视频时长都不超过20s, 但是就是这短短的20s, 却可以向观看者传递许多重要信息。

#### 1.4.2 视频更新速度快

即时传播是短视频的固有特点, 视频制作过程与传播过程之间的间隔时间约等于零。原创VLOG平台是当下最火爆的短视频平台之一, 以它的VUE为例, 软件中

自带编辑工具,比如滤镜、美颜效果、贴纸、音乐、字体等,可以帮助零基础用户完成VLOG创作。当视频制作完成后,不仅可以将视频直接保存在手机当中,还可以同步到微博、微信、QQ当中,加快了实际传播速度。并且与传统媒体视频制作流程相比,短视频制作省略了其中许多步骤,用户无需花费过多时间进行等待,在任何时间都可以获取自己想要的信息。

#### 1.4.3 UGC 为主要内容,PGC 为补充内容

目前在进行短视频制作时,其制作模式多为“UGC+PGC”,在结合短视频内容我们可以发现,在快手、抖音等App内,社交类短视频多为UGC模式。同时,在此类平台中,用户还可以尽最大可能展现自身特点;在梨视频、澎湃视频、人民视频等资讯类App中,所存储视频多为“UGC+PGC”模式,为确保所制作短视频更具有针对性,各App聘请了大量专业人士进行素材捕捉,以保证受众拥有足够的新鲜感,提高用户黏性。

#### 1.4.4 适合碎片化传播

近几年,互联网技术发展速度不断提高,我国正式进入碎片化信息时代,在当今社会,我国民众会借助互联网来了解当天发生的事情。一方面,人们可以利用碎片时间获取自己想要的信息,以满足自己的求知欲;另一方面,如果大众阅读到不完整信息,那么会对他们做出最终判断造成影响。而且现代社会生活节奏非常快,大众必须学会合理使用碎片化时间,借助这些碎片化获取信息。短视频正是因为自身具备时长短、内容完整度高等特点,使得相关App迅速完成了市场拓展。

#### 1.4.5 缩短了与观众之间的距离感

短视频可以缩短平台与观众之间的距离感,使两者可以更好的进行沟通,其主要原因有三点。首先受众参与感得到了极大的提升,短视频属于“一键式”编辑,受众可以参与到视频制作当中,而且由于操作难度较低,受众可以感受到视频创作的乐趣,可以增加他们的体验感,提高用户黏性;其次受众自身社交需求特别强烈,会主动对身边所发生的事情进行分享。由于社会大众生活、工作、学习压力较大,内心会出现许多负面情绪,比如孤独、寂寞等等,短视频软件的出现为大众提供新的休闲娱乐方式。并且短视频还拥有评论、转发等功能,可以与其他人进行沟通,实现思维碰撞;最后视频传播媒介向智能化方向发展,可以满足受众的个性需求。短视频平台可以根据用户需求对页面进行细化,针对用户自身喜好对其进行推荐,保证用户观看体验。而且某些短视频App为满足用户需求,会尽量增加平台更新速度,对平台进行定期优化,以满足用户所提需求。

### 2. 融媒体时代下主流电视媒体布局短视频的重要性

#### 2.1 强大的社会公信力

自媒体出现以来,主流媒体一直占据行业主导地位,网络媒体社会地位一直较低,无法完成面对面采访,在

内容审核阶段,还会受到三审三校制度限制,使得主流媒体发布的信息可信度较高,舆论引导性较强,网络媒体所发布信息一直无法得到大众认可,极大地限制了自身发展。当发生各类突发事件时,传统权威媒体才是官方信息主要发布渠道。民众的这一习惯源于主流电视媒体在信息把控方面拥有的权威性。如果想要使主流媒体电视新闻节目向短视频领域发展,必将进一步提升主流电视媒体的社会地位,提高电视媒体在民众心中的地位。

#### 2.2 独家的资源优势

目前,主流媒体是各级政府部门所制定优化政策的主要受益人。主流媒体是许多重大事件、时政现场第一采访人,并负责关键性事件的系统性报道工作。2019年10月1日,中华人民共和国成立70周年庆祝活动举行,这是对传统媒体平台信息传播工作的“校阅”,并且还是一份非常宝贵的新闻资源。同频共振是中央电视台旗下的各类媒体渠道共同特点,不仅拥有电视直播,在后期还渗透到了短视频、H5、4K等领域,同时成功完成《走过天安门》这一短视频节目的制作,简明扼要地将部分核心场景进行精剪,增加了宣传视频数量,实现多次宣传。

#### 2.3 长期沉淀的专业能力与技术

高质量信息是传统媒体为之自豪的根本。传统的主流电视媒体旗下常设有一支专业化的采编播队伍,这是新兴新媒体行业所不具备的优势。<sup>[3]</sup>以中华人民共和国成立70周年为例,央视新闻新媒体创新性地开展超长时间的连续直播,开办了一场连续70小时播放的大型直播节目——《日出东方》,数百人的记者团队借助直播的形式对相关活动的台前幕后进行了全方面播放,比如阅兵式、群众游行、广场文艺演出等,其完美的展现在观众眼前,截止到2019年10月2日12时,总共有超过10亿人在央视新闻客户端观看直播,有超过17亿人在相关合作平台观看,传统媒体高素质专业能力是取得此项成绩的根本。

#### 3. “张弛有度”的短视频制作核心思想

主流媒体制作新闻短视频的方式与网络媒体不同,主流媒体在题材挖掘深度与新闻处理方面远超一般网络媒体,再结合短视频生动的表现手法后,可在短时间内形成强大的社会影响力。结合传统主流电视媒体自身栏目的多样性优势,可进一步增强其在短视频领域中的信息影响力,发挥其自身特有的“意见领袖”地位。主流媒体的核心优势在于其对特定内容与事件的独家传播与采访权,可最大限度地反映真实的新闻内容。这些高质量的新闻内容本身也是传统电视媒体受众规模庞大的根本原因。受短视频自身特点影响,新闻机构在进行短视频制作时,不仅要注意内容方面的“张”,还需要保证内容方面的“弛”,以简短、轻松的表现形式抓住新闻内容的核心进行概括。比如,短视频标题通常以简明扼要、诙谐幽默的标题吸引眼球,并善于使用热词,蹭热度。



短视频画面运镜简单,鲜有新闻采访式的连续长镜头,多数内容突出近景人物与景物的特写,多以短镜头为主,剪辑节奏明快,对细节内容进行视觉符号转化,即可以使用活泼类短视频来对严谨类时政新闻进行阐述,吸引受众注意力,避免受众产生抵触情绪,提高实际宣传效果。

音频是视频必备组成要素,短视频很少使用旁白这种音频手段,其常用手段多以音乐作为烘托,以此营造沉浸感和节奏感,突出内容主旨与潜台词。据相关数据显示,2019年上半年抖音中以音乐为主的视频数量约占总视频数的82.5%,经验总结发现,合适的背景音乐可大幅提高视频的播放与互动量。当然,在音乐风格搭配方面始终要贯彻适用性理念。以《人民日报》抖音号所发布的《现场视频!克里姆林宫再次迎来中国国家元首》时政短视频为例,此短视频属于典型的“张弛有度”的新闻短视频,作品内容不仅包含了短镜头叙述——习近平主席与普京总统会面并完成握手这一过程,还辅以激昂的交响乐来烘托气氛。以2019年6月7日当天数据为例,据不完全统计,在当天,此条时长仅有10s的新闻视频点赞量高达459.6万次。

#### 4. 融媒时代下电视媒体新闻短视频制作的要点

在融媒时代背景下,市场环境的变化必然带来新的需求,传统电视媒体新闻短视频虽具备优异的资源与发展区位优势,但其在发展过程中仍然无法完全将短视频媒体的优势与传统媒体相融合。因此针对此类问题,笔者做出如下要点总结,为主流电视媒体的短视频布局提供思路。

##### 4.1 深入挖掘媒体平台的社交属性

在融媒时代,既要利用短视频的高流量特点,又要善于挖掘短视频的社交属性特点,电视媒体部门需在内容制作方面贯彻“张弛有度”的制作思想,并将短视频独特的社交属性运用到极致,开展深度的用户内容挖掘工作,并借助各类媒体平台的活动与特色实现多类型信息的社交黏性转化。例如微博、QQ、微信或者各类客户端等平台社群举办微博超话、微信公众平台的各类信息传播活动与渠道。

##### 4.2 及时解决平台搭建问题

电视媒体在入驻短视频平台以及开设短视频账号时需注重信息平台的搭建与内容引入工作。<sup>[4]</sup>例如,许多广电媒体在与对应的短视频平台合作时,需注意短视频的制作是否满足电视媒体平台的需求,其传播内容能否与节目播出既定体系要求相符,是否可以满足短视频制作渠道需求以及相关分发需求。针对此类问题,电视媒体部门需结合自身的媒资优势,对宣传内容体系进行系统性分类与资源分配处理,从而确保在短视频账号分类及视频资源内容方面符合自身平台体系的基本要求。

##### 4.3 建立健全电视媒体新闻短视频转换的相关机制

在将传统电视媒体向短视频媒体转型的过程中,电

视媒体负责人需重视短视频部门相关制度的建立健全工作,从而确保短视频部门快速形成“战斗力”,发挥关键的网络意见领袖作用,满足主流电视媒体的网络信息传播需求。因此,在融媒时代下,有关部门应提高对工作人员专业素质关注度,端正工作人员工作态度,对培训计划、薪酬体系以及节目制作计划进行优化,提高视频质量。

##### 4.4 凸显新闻重要因素

以融媒时代为背景,在进行电视媒体新闻短视频制作工作时,需注重内容制作的“张弛有度”,以此强化内容的影响力与传播范围。短视频受自身时长限制,无法对传统媒体六要素进行系统阐述。在视频制作过程中,制作单位应当以短镜头的故事叙述形式配合相得益彰的背景音乐对各类新闻事件进行报道,在凸显新闻事件中关键要素的同时,兼顾短视频的基本要素。<sup>[5]</sup>

##### 4.5 题材的转变

在对新闻价值进行判断时,工作人员应以五大要素作为切入点,分别是时效性、显著性、趣味性、重要性以及接近性。相关部门应对包含上述要素的电视媒体新闻进行传播,帮助社会大众进一步了解短视频,扩大短视频影响力,推动短视频发展。<sup>[6]</sup>

#### 参考文献

- [1] 占锦丽.传统媒体新闻短视频发展现状与传播态势分析[J].新闻文化建设,2020(12):157-158.
- [2] 左金华.解析融媒时代电视媒体新闻短视频的布局[J].传播力研究,2020(14):90-91.
- [3] 王琮,王曼玉.传统电视媒体新闻短视频内容生产特征及传播策略——以《主播说联播》为例[J].电视研究,2020(4):43-45.
- [4] 开迪.融媒时代企业电视媒体新闻短视频的布局路径研究[J].中国有线电视,2020(3):312-313.
- [5] 时汉枫.电视媒体的新闻短视频融合传播策略[J].中国传媒科技,2020(8):48-50.

**作者简介:** 庄学香(1976-),女,山东莒南,主任编辑,江苏省广播电视总台融媒新闻中心《新闻眼》栏目总制片人,研究方向:融合传播创新。

(责任编辑:张晓婧)